

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA MOBIL LISTRIK BYD**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

MOHAMMAD DIMAS ARYAPUTRA PRATAMA

21012010212/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN”
JAWA TIMUR
2025**

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA MOBIL LISTRIK BYD**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan oleh:

MOHAMMAD DIMAS ARYAPUTRA PRATAMA

21012010212/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA MOBIL LISTRIK BYD**

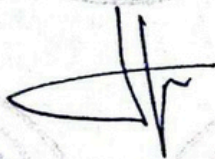
Disusun Oleh :

MOHAMMAD DIMAS ARYAPUTRA PRATAMA
21012010212/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima oleh Tim Penguji
Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur**

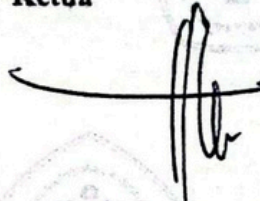
Pada Tanggal : 04 Juli 2025

Pembimbing Utama



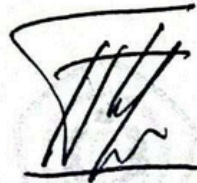
Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M.
NIP. 196310091991032001

**Tim Penguji
Ketua**



Dra. Ec. Nurianti Takarini, M.Si.
NIP. 196508141991032001

Anggota



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mohammad Dimas Aryaputra Pratama
NPM : 21012010212
Program : Sarjana(S1)/~~Magister (S2)~~/~~Doktor (S3)~~
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemuan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 4 Juli 2025

Yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL
2E4BAJX724494175

Mohammad Dimas Aryaputra Pratama
NPM. 21012010212

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi berikut dengan baik. Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing* Terhadap *Purchase Intention* pada Mobil Listrik BYD” berikut disusun selaku salah satu syarat guna memperoleh gelar S-1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan skripsi berikut, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dra.Ec.Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M. selaku dosen pembimbing utama yang sudah menyajikan arahan, masukan, serta dukungan dalam setiap tahap penyusunan skripsi berikut.
4. Dosen Penguji yang sudah memberi masukan dan arahan guna menyempurnakan skripsi berikut.
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang sudah

menyajikan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.

6. Januari dan Indriani selaku orang tua saya yang tidak pernah berhenti memberikan doa, dukungan dan semangat selama perkuliahan hingga penulisan skripsi ini selesai. Selain itu juga ada Mohammad Riskyzan Dwi Syahputra selaku adik kandung saya yang menjadi motivasi saya untuk terus memperbaiki diri untuk menjadi contoh dikemudian hari.
7. Kepada Muhammad Cerwin Wafi, Emerald Mayaputra, Restu Wijang Prasetyo dan Rafli Pandu Hernanto selaku teman teman yang banyak membantu serta memberi masukan terhadap penulisan skripsi ini.
8. Kepada salah satu grup yang berada di whatsapp yaitu “gae banner rek ben duwe” yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada saya dalam proses membuat penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang sudah membantu, baik dengan cara langsung maupun tidak langsung, dalam menyelesaikan skripsi berikut.

Penulis menyadari bahwasannya skripsi berikut masih mempunyai keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi berikut bisa menyajikan manfaat bagi pembaca dan berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 4 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
ABSTRAKSI	1
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.1 Rumusan Masalah.....	12
1.2 Tujuan Penelitian	13
1.3 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 The Theory of Planned Behavior.....	19
2.2.2 Pemasaran	21
2.2.3 Green Marketing	22
2.2.4 Purchase Intention	27
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.3.1 Pengaruh Green Product Terhadap Purchase Intention	28
2.3.2 Pengaruh Green Price Terhadap Purchase Intention.....	30
2.3.3 Pengaruh Green Place Terhadap Purchase Intention	31
2.3.4 Pengaruh Green Promotion Terhadap Purchase Intention.....	32
2.4 Kerangka Konseptual.....	34
2.5 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	36
3.1.1 Variabel Independen	36
3.1.3 Variabel Dependen.....	40
3.1.4 Pengukuran Variabel	41
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	42
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel	42

3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1	Jenis Data.....	44
3.3.1	Metode Pengumpulan Data.....	45
3.4	Teknis Analisis Dan Uji Hipotesis.....	46
3.4.1	Teknik Analisis Data.....	46
3.4.2	Model Indikator	47
3.4.3	Cara Kerja PLS	49
3.4.4	Langkah - Langkah PLS	50
3.4.5	Asumsi PLS	60
BAB IV HASIL PENELITIAN		61
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	61
4.2.1	Karakteristik Responden.....	61
4.2.2	Deskripsi Data Variabel	64
4.3	Analisa dan Pengujian Hipotesis	74
4.3.1	Interpretasi Hasil PLS.....	74
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
4.4.1	Pengaruh Green Product Terhadap Purchase Intention	84
4.4.2	Pengaruh Green Price Terhadap Purchase Intention.....	85
4.4.3	Pengaruh Green Place Terhadap Purchase Intention	86
4.4.4	Pengaruh Green Promotion Terhadap Purchase Intention.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA.....		94
LAMPIRAN.....		99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren Total Emisi Karbon Indonesia	3
Gambar 1. 2 Logo Build Your Dream (BYD)	4
Gambar 1. 3 Produk Awal BYD di Indonesia.....	5
Gambar 1. 4 15 Merek EV Terlaris di Indonesia Tahun 2024	6
Gambar 1. 5 Ulasan masyarakat pada Platform TikTok	8
Gambar 1. 6 Ulasan masyarakat pada Platform X.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 3. 1 Model Indikator Reflektif	48
Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif.....	49
Gambar 3. 3 Diagram Jalur PLS.....	52
Gambar 4. 1 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Mobil Listrik (<i>Wholesales</i>) BYD di Indonesia	7
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berlandaskan Usia.....	62
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berlandaskan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berlandaskan Domisili	63
Tabel 4. 4 Deskripsi Data Jawaban Responden pada <i>Green Product</i>.....	65
Tabel 4. 5 Deskripsi Data Jawaban Responden pada <i>Green Price</i>	67
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Jawaban Responden pada <i>Green Place</i>.....	68
Tabel 4. 7 Deskripsi Data Jawaban Responden pada <i>Green Promotion</i>	70
Tabel 4. 8 Deskripsi Data Jawaban Responden pada <i>Purchase Intention</i>	72
Tabel 4. 9 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values, P- Values)</i>.....	75
Tabel 4. 10 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>.....	76
Tabel 4. 11 <i>Cross Loading</i>	78
Tabel 4. 12 <i>Composite Reliability</i>	79
Tabel 4. 13 <i>R-Square</i>.....	81
Tabel 4. 14 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)</i>	82

PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA MOBIL LISTRIK BYD

oleh:

MOHAMMAD DIMAS ARYAPUTRA PRATAMA

21012010212/FEB/EM

ABSTRAKSI

Krisis iklim akibat emisi karbon sudah mendorong pergeseran ke kendaraan ramah lingkungan seperti mobil listrik. BYD selaku produsen mobil listrik global berhasil menarik perhatian konsumen Indonesia, namun mengalami penurunan *purchase intention* pada awal 2025. Penelitian berikut bertujuan guna menguji pengaruh *green marketing*—yang terdiri dari *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion*—terhadap *purchase intention* terhadap mobil listrik BYD. Pendekatan yang dipakai ialah kuantitatif dengan metode survei terhadap 102 responden yang tertarik pada mobil listrik BYD, tetapi belum melaksanakan pembelian. Data dianalisis memakai metode *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian memperlihatkan bahwasannya *green product* dan *green promotion* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Sebaliknya, *green price* dan *green place* tidak memperlihatkan pengaruh signifikan. Temuan berikut menegaskan bahwasannya kualitas produk ramah lingkungan dan promosi yang menonjolkan keberlanjutan lebih efektif dalam memengaruhi niat beli dibandingkan harga ataupun ketersediaan produk. Oleh karena itu, BYD disarankan guna memperkuat strategi promosi dan inovasi produknya guna meningkatkan daya tarik pasar. Penelitian berikut menyajikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran hijau di industri otomotif Indonesia..

Kata Kunci: Green Marketing, Green Product, Green Promotion, Green price, Green Place, Purchase Intention